

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UnICEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social
Habilitação em Publicidade e Propaganda

CENÁRIO COMO LINGUAGEM VISUAL

Juana Rondon de Miranda
Prof Orientador: Flor Marlene

Brasília / DF, 2005.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UnICEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social
Habilitação em Publicidade e Propaganda

CENÁRIO COMO LINGUAGEM VISUAL

Brasília / DF, 2005.

Agradeço a Flor, minha orientadora, pelo estímulo e toques essenciais para o trabalho e a professora Sonia Paiva, de cenografia da UnB. Agradeço também à minha mãe, Anita, pelos puxões de orelha, à Luciana pela paciência e força e ao Tiago pela compreensão e apoio ao tema.

SUMÁRIO

– Lista de Ilustrações.....	I
– Resumo.....	II
– Introdução.....	01
– Metodologia.....	03
– Objetivos.....	04
– Fundamentação Teórica.....	05
Capítulo 1. Arte e Comunicação.....	07
Capítulo 2. Linguagem Visual.....	09
2.1 O que é?.....	09
2.2 Sua importância.....	09
2.3 O que compõe.....	11
Capítulo 3. Artes Visuais.....	17
3.1 Dança (Performance - Dança Contemporânea).....	17
3.2 Fotografia.....	18
3.3 Artes Plásticas.....	18
3.4 Arquitetura.....	19
3.5 Televisão.....	20
3.6 Artes Gráficas.....	20
3.7 Cinema.....	21
3.8 Corpo e Moda.....	21
Capítulo 4. Cenário.....	25
4.1 O que é?.....	25
4.2 Iluminação.....	26
4.3 Figurino.....	27
4.4 A presença do cenário.....	28
4.4.1 Dança Contemporânea.....	28
4.4.2 As Vitrines Conceituais.....	30
4.4.3 Os Desfiles Performáticos.....	32
4.5 Criação de Cenário.....	33
4.5.1 Instalação.....	33
– Conclusão.....	35
– Referências Bibliográficas.....	37

Lista de Ilustrações

Iluminação . Ilustração 1.....	26
-Foto 1 - Espetáculo de dança “Benguelê” do Grupo Corpo	
-Foto 2 - Espetáculo de dança “Benguelê” do Grupo Corpo	
-Foto 3 - Espetáculo de dança “Sete ou oito peças para um Ballet” do Grupo Corpo	
Figurino . Ilustração 2.....	27
-Foto 4 - Espetáculo de dança “Nazareth” do Grupo Corpo	
-Foto 5 - Espetáculo de dança “Santagustin” do Grupo Corpo	
-Foto 6 - Espetáculo de dança “Rota” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 7 - Espetáculo de dança “Mix” da Cia de Dança Deborah Colker	
Dança Contemporânea . Ilustração 3.....	28
-Foto 8 - Espetáculo de dança “4x4” da Cia de Dança Deborah Colker	
Dança Contemporânea . Ilustração 4.....	29
-Foto 9 - Espetáculo de dança “4x4” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 10 - Espetáculo de dança “4x4” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 11 - Espetáculo de dança “4x4” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 12 - Espetáculo de dança “4x4” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 13 - Espetáculo de dança “Casa” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 14 - Espetáculo de dança “Casa” da Cia de Dança Deborah Colker	
-Foto 15 - Espetáculo de dança “Mix” da Cia de Dança Deborah Colker	
Vitrines Conceituais . Ilustração 5.....	31
-Foto 16 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 17 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 18 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 19 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 20 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 21 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 22 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
-Foto 23 - Vitrine criada e produzida por Sylvia Demetresco	
Desfiles Performáticos . Ilustração 6.....	32
-Foto 24 - São Paulo Fashion Week	
-Foto 25 - São Paulo Fashion Week	

Resumo

O estudo da linguagem visual se torna imprescindível desde o momento que usamos esse formato todos os dias em nossa comunicação e o temos como referência das primeiras iniciativas pré-históricas de contato entre os homens e vestígios de histórias e passagens de tempo.

Assim é importante compreender como essa linguagem surgiu e como é trabalhada hoje, podendo ainda acrescentar muito seu valor com detalhes de estratégias de comunicação. E melhor do que isso, podemos usá-las através dos cenários que fazem parte do nosso cotidiano e da arte que é produzida hoje.

Introdução

Será apresentada neste trabalho a importância da linguagem visual como forma de expressão e de um mesmo percurso feito entre a linguagem escrita (verbal) e linguagem visual em nossa sociedade contemporânea.

Estudaremos as estruturas visuais e os meios expressivos que permitem uma forma de comunicação através do cenário, porque constituem algumas das características comuns que se valem desse meio, a exemplo do teatro, cinema, fotografia, dança... Pensamos no Cenário como medidor da evolução do mundo e avaliaremos se esse estudo é pertinente ou não na nossa sociedade. Que diferença faz hoje não termos pessoas que não acompanham a análise dessas imagens com mais detalhamento?

Foi escolhido o tema em função do nosso próprio interesse pela compreensão da imagem e seus processos na formação de mensagens. Percebemos através das nossas leituras que este tipo de estudo ainda não foi pesquisado na área da comunicação de publicidade e formulamos nossa primeira hipótese no sentido de que querer saber qual poderia ser o valor e a contribuição que estas linguagens acrescentam ao estudo da comunicação.

Esta pesquisa não foi feita no meio acadêmico e é muito importante que não paremos de estudar essas formas de expressão visual: o cenário, que quando bem feito atinge o consciente e inconsciente de uma forma muito forte e direta de persuasão e de reflexão.

A originalidade desta pesquisa é muito importante de dizer (como já o dissemos acima). Não existe nada relacionado a isto hoje em dia, principalmente mostrando a importância da publicidade nesse meio, e por isso acaba não sendo muito fácil encontrar autores para constatação do tema geral.

A pesquisa segue o eixo de pensamento do autor Donis A. Dondis, pois o mesmo é muito direto e detalhista no seu assunto e é um dos poucos encontrados que estudam a fundo a linguagem visual. É difícil encontrar pessoas nesse tema.

É um trabalho inovador, mas ao mesmo tempo não está se arriscando em tentar propor cenários ousados de difícil compreensão que não leve ao espectador a nenhuma leitura da imagem. Vários estudos comprovam a importância deste trabalho que nunca foi feito e os motivos que levaram a isso também nos interessam como forma de avaliar nosso caminho e nossos conceitos em relação a algumas coisas.

O estudo é viável, principalmente por ser necessário ser incluído no meio acadêmico e por estar envolvido com um formato de comunicação que pode levar uma sociedade a ter um grande crescimento intelectual. Conhecimentos novos podem ser adquiridos, mas também estudos antigos podem ser atualizados. Existem temas que pararam de ser concretamente discutidos e são completamente constantes e importantes em nosso dia-a-dia e crescimento pessoal.

A necessidade deste estudo no curso de publicidade é devida ao fato de envolver todo processo de imagem e linguagem visual do mundo atual. Vemos que a história percorrida pelo mundo levou a uma falta de consciência em relação ao cenário, e a publicidade transformou as campanhas publicitárias de hoje na linguagem da imagem sem muito trabalho. Usa-se o mais fácil e comum de se entender.

Metodologia

A pesquisa feita para a conclusão deste trabalho é de caráter:

- Exploratória, pois estabelece métodos e critérios para a elaboração da pesquisa. Oferece informações sobre o objeto de pesquisa e orienta a formulação de hipóteses. É também uma pesquisa pouco trabalhada hoje na área de Comunicação.
- Explicativa, pois registra fatos, analisa-os, interpreta-os e identifica causas.
- Intervencionista, pois a mesma se fundamenta na intervenção do pesquisador com a pretensão de modificar e solucionar o problema.
- Bibliográfica, pois levanta dados dos trabalhos já feitos sobre o mesmo tema estudado no momento e leva ao aprendizado sobre uma determinada área.

Será utilizado o método dedutivo. Antes de qualquer coisa, é uma forma de raciocínio que leva a reflexão e não a um simples pensamento. Ele parte de um objeto conhecido a um desconhecido.

O método histórico também fará parte, pois investigaremos acontecimentos antigos para verificar sua influência na sociedade de hoje.

Objeto do estudo de caso: cenário da Cia de dança Déborah Colker, de vitrines de Sylvia Demetresco e de desfiles de moda acontecidos no evento São Paulo Fashion Week.

Métodos: observação através de fotos

CRUZ e RIBEIRO (2004, Pg. 17) dizem que “Uma pesquisa científica tem o propósito de descobrir respostas a questões propostas. Lembrando que a finalidade da pesquisa não é a acumulação de fatos, mas sua compreensão, o que se obtém através da formulação precisa das hipóteses.”¹

¹ CRUZ, Carla & RIBEIRO, Uirá. Metodologia Científica. Teoria e Prática. Ed. Axcel Books. 2004. Pg.17.

Objetivos

- Geral
 - Apresentar o cenário como transmissor de mensagem e as formas de fazê-lo contemporaneamente.
- Específicos
 - Colocar em reflexão meios expressivos e linguagens utilizados como formas de comunicação e são na maioria das vezes especificados através da arte.
 - Mostrar a importância da linguagem visual
 - Pretende-se apresentar um estudo não muito discutido no meio acadêmico de Comunicação, mas que vem ao encontro diretamente com a nossa área.

Fundamentação teórica

Como comentado anteriormente, não é fácil encontrar um estudo na área acadêmica voltado a esse tema, sendo assim difícil encontrar um autor que aborde o tema geral. Assim foram trabalhados nessa pesquisa autores que tratam de temas específicos, mas que encontramos nos mesmos, fatores comuns, o que coloca esse tema viável.

Será apresentada aqui uma linha intertextual entre os autores que abordam itens desse tema.

Apresentando o cenário constata-se que ele se faz presente em vários ramos da Arte e que em todos eles tem os mesmos aspectos e intenções. É usado como forma de interação com o público, buscando a ambientação do espaço de acordo com o objetivo abordado.

“A cenografia foi a apropriação, pelo teatro, de uma técnica pictórica de expressão do espaço a partir de um ponto de vista, a perspectiva; no filme, que possui a perspectiva por construção, a expressão do espaço é um processo sintético em que a atividade cenográfica se desloca, e ele deve preservar a coerência das vistas sucessivas. Entre o teatro clássico e o cinema, está toda a história do espaço na pintura, seu descentramento, sua não-limitação, sua explosão”² (AUMONT, 1993, Pg.230)

“Sabemos que as vitrinas qualificam o lugar em que se encontram. No caso das vitrinas de ruas, por exemplo, ajudam a construir tanto a imagem da loja como a do próprio espaço urbano que as circunscreve. Além de suas encenações contarem o que é a marca que nelas as constrói, as vitrinas são uma forma de manifestar o imaginário social, representando, dessa maneira, um modo possível de apreender as relações sociais de uma época, da perspectiva de um contexto histórico.”³ (MAIER e DEMETRESCO, 2004, Pg.23)

“A moda é, portanto, regrada por uma gramática social que reorganiza o corpo segundo concepções culturais, estabelecidas por um contrato implícito ao grupo, que aceita as regras de estruturas básicas referentes às formas de adornar-se, de vestir-se, etc., tornando-as presentes nas linguagens das roupas.”⁴ (CASTILHO, 2004, Pg.180)

² AUMONT, Jacques. A Imagem. Ed. Papyrus. São Paulo, 1993. Pg.230.

³ MAIER, Huguette e DEMETRESCO, Sylvia. Vitrinas_Merchandising Visual. Ed. Senac. São Paulo, 2004. Pg. 23

⁴ CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. Ed. Anhembi Morumbi. São Paulo, 2004. Pg.180.

A dificuldade por que passa a linguagem visual hoje em ser entendida vem de toda a falta de costume e estudo em cima dessas técnicas.

WOODFORD (1983, Pg.7) fala que “Há muitas maneiras de olhar uma pintura...Podemos começar por indagar a finalidade de uma pintura.”⁵

“Contudo, essa máxima colocada na pintura não é transmitida de modo simples e direto...a intenção do quadro não foi contar claramente uma história para pessoas incultas ou analfabetas, mas despertar a curiosidade e, em certa medida, provocar um público muito esclarecido e culto.”⁶ (WOODFORD, 1983, Pg.7)

“Juntar uma montanha de informações variadas a respeito de alguém, observando sua aparência, a linguagem corporal, o ambiente, a voz e a conduta não lhe servirá de nada a menos que você saiba quais traços podem ser importantes indícios da personalidade e quais são relativamente menos importantes....Você precisa aprender a ver o quadro geral – a floresta, não só as árvores.”⁷ (DIMITRIUS e MAZZARELLA, 2001, Pg.25)

DI MASI (2000, Pg.19) defende que “Na realidade, a sociedade industrial não só fez com que, para muitos, se tornasse inútil o cérebro como também fez com que somente algumas partes do corpo fossem utilizadas.”...“A distração podia provocar acidentes.”⁸

⁵ WOODFORD, Susan. A arte de ver a arte. Ed. Círculo do Livro. São Paulo, 1983. Pg. 7.

⁶ Idem. Pg. 9.

⁷ DIMITRIUS, Jô-Ellan e MAZZARELLA, Mark. Decifrar pessoas. Ed. Alegro. São Paulo, 2001. Pg. 25.

⁸ DI MASI, Domenico. O Ócio Criativo. Ed. Sextante. Rio de Janeiro, 2000. Pg.19.

Capítulo 1 – Arte e Comunicação

Um fator muito importante e decisivo na história do homem é a comunicação. Temos vestígios pré-históricos de desenhos e marcas em cavernas que já faziam significado e são até hoje provas da forma de linguagem daquela época.

DONDIS (2003, Prefácio 2) defende que “A linguagem é simplesmente um recurso de comunicação próprio do homem, que evoluiu desde sua forma auditiva, pura e primitiva, até a capacidade de ler e escrever.”⁹

Com o tempo começaram a surgir os dialetos, a matemática “das pedrinhas”, as trocas de alimentos e utilidades, o comércio, até surgir a escrita. Que foi um fator muito positivo, mas que também levou com o tempo a diminuição do estudo em cima da linguagem visual. A preocupação e o entusiasmo dessa nova forma de comunicação, a escrita, fizeram com que os desenhos e linguagens visuais se tornassem ferramentas apenas de estudantes e amantes dessas artes. O racional foi se desenvolvendo cada vez mais e mais rápido, e deixamos um pouco de lado a preocupação por toda a infinidade da imagem e do seu poder.

“A arte e o significado da arte, a forma e a função do componente visual da expressão e da comunicação, passaram por uma profunda transformação na era tecnológica, sem que se tenha verificado uma modificação correspondente na estética da arte. Enquanto o caráter das artes visuais e de suas relações com a sociedade e a educação sofreram transformações radicais, a estética da arte permaneceu inalterada, anacronicamente presa à idéia de que a influência fundamental para o entendimento e a conformação de qualquer nível da mensagem visual deve basear-se na inspiração não-cerebral.”¹⁰
(DONDIS, 2003, Prefácio 1)

Por mais que a arte na pintura e esculturas tenha continuado forte com o tempo, passaram cada vez mais a estar presente em uma seleta parte da

⁹ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Prefácio 2

¹⁰ Idem.. Prefácio 1

população. As escolas e os movimentos artísticos deram continuação a um estudo aprofundado sobre o tema, mas se tornaram distantes da formação humana cotidiana. E hoje mesmo as escolas de arte, exceto raríssimas, se poupam um pouco de passar um conhecimento atual. Tudo que é ensinado é uma formação clássica e o aluno vai percebendo o mundo quando se encontra com ele, então verifica que ainda falta muita coisa para acompanhar o ritmo, principalmente da vanguarda. Só que entramos em contradição: as escolas não seriam os meios mais preparados para passar informação aos alunos e deixá-los a ponto de bala para o mercado? Seriam! Porém se tem ensinado muita teoria, muita história da arte e nem metade dos professores de uma escola realmente faz com que a pessoa no mínimo aprenda a pensar. O que acontece: o aluno aprende a fazer o que todos já fizeram, todas as técnicas antigas passadas por década em década. Só que o que ele realmente precisa saber, que é como se trabalha e se vive hoje em dia, não é passado.

A sociedade de hoje conta também com uma falta de iniciativa para trabalhos manuais em função do crescimento dos aparelhos tecnológicos. Para que desenhar algo se você pode fazer no computador ou fotografar? A própria linguagem visual que antes contava muito com as artes plásticas, hoje conta muito com projetos gráficos impressos, além da fotografia, TV e cinema.

“A primeira experiência por que passa uma criança em seu processo de aprendizagem ocorre através da consciência tátil. Além desse conhecimento “manual”, o reconhecimento inclui o olfato, a audição e o paladar, num intenso e fecundo contato com o meio ambiente. Esses sentidos são rapidamente intensificados e superados pelo plano icônico – a capacidade de ver, reconhecer e compreender, em termos visuais, as forças ambientais e emocionais.”¹¹ (DONDIS, 2003, Pg.5)

¹¹ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 5

Capítulo 2. Linguagem Visual

- O que é ?

Linguagem visual é a expressão humana, a comunicação por meios somente visuais. É a transmissão de uma idéia, pensamento ou argumento através de desenhos, objetos, imagens, cores... Um exemplo disso é o sonho humano, que é uma linguagem visual, uma forma de comunicação do seu inconsciente com você através de imagens e sensações. A linguagem visual é uma forma de chegar perto dos sentidos, da intuição, de toda esfera emocional da pessoa.

Todos os aspectos da comunicação visual têm um ponto em comum: a objetividade. Se a imagem usada para certa mensagem não é objetiva, não conseguiremos atingir a linguagem visual. A imagem deve ser legível por todos os aspectos, se não poderíamos considerá-la “confusão visual”.

“O artista que tem uma visão pessoal do mundo só tem valor se a comunicação visual, o suporte da imagem, tem valor objetivo; caso contrário, entra-se no mundo dos códigos mais ou menos secretos, que fazem com que algumas mensagens sejam entendidas apenas por poucas pessoas – aliás, aquelas mesmas que já conhecem a mensagem.”¹² (MUNARI, 1997, Pg.15)

- Sua importância.

A linguagem visual é muito importante para o homem. É uma forma de comunicação muito inteligente e que pode trabalhar de muitas formas, podendo ainda dar muito trabalho à criatividade. É um estudo que precisa ter seu espaço na sociedade e que vem crescendo aos poucos, depois que foi esquecido pelo processo mental e de raciocínio a partir da escrita.

¹² MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. Ed. Martins Fontes. São Paulo, 1997. Pg.15

“A expressão visual significa muitas coisas, em muitas circunstâncias e para muitas pessoas. É produto de uma inteligência humana de enorme complexidade, da qual temos, infelizmente, uma compreensão muito rudimentar.”¹³ (DONDIS, 2003, Prefácio 2)

No processo da informação, o homem naturalmente prefere muito mais a linguagem visual, seja ela a TV, o cinema, do que a linguagem escrita ou somente falada, como em cartas e no rádio. Ex: entre ver o homem pisando na lua e ler uma matéria sobre isso, o homem prefere ver, até para poder confirmar e provar para ele mesmo.

“O cinema, a televisão e os computadores visuais são extensões modernas de um desenhar e de um fazer que têm sido, historicamente, uma capacidade natural de todo ser humano, e que agora parece ter-se apartado da experiência do homem.”¹⁴ (DONDIS, 2003, Prefácio 1)

O problema então que passamos hoje seria da falta de informação, do analfabetismo visual.

“Para que nos considerem verbalmente alfabetizados é preciso que aprendamos os componentes básicos da linguagem escrita: as letras, as palavras, a ortografia, a gramática e a sintaxe. Dominando a leitura e a escrita, o que se pode expressar com esses poucos elementos e princípios é realmente infinito.”¹⁵ (DONDIS, 2003, Prefácio 3)

Por mais que a imagem seja preferida entre os homens e inclusive que encante ao seu espectador, ela não é tão bem entendida se usada de forma mais inteligente e como símbolo. Sendo necessário uma alfabetização desde o princípio, pois o mesmo vem se perdendo com o tempo.

“Os objetivos do alfabetismo visual são os mesmos que motivaram o desenvolvimento da linguagem escrita: construir um sistema básico para a aprendizagem, a identificação, a criação e a compreensão de mensagens visuais que sejam acessíveis a todas as pessoas, e não apenas àquelas que foram especialmente treinadas, como o projetista, o artista, o artesão e o esteta.”¹⁶ (DONDIS, 2003, Prefácio 3)

¹³ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Prefácio 2.

¹⁴ Idem. Prefácio 1.

¹⁵ Idem. Prefácio 3.

¹⁶ Idem. Prefácio 3.

- O que compõe?

Todos os elementos que compõem a linguagem visual têm significados bastante comuns na sociedade e por isso são usados como forma de comunicação. São significados que foram formados com algum tempo através de estudo sobre linguagem visual e costume.

DONDIS (2003, Pg.51) diz que “Sempre que alguma coisa é projetada e feita, esboçada e pintada, desenhada, rabiscada, construída, esculpida ou gesticulada, a substância visual da obra é composta a partir de uma lista básica de elementos.”¹⁷

Ex: Todos naturalmente sabem que cor é usada para o frio e para o calor. A publicidade também ajuda bastante para forçar elementos que são estereótipos.

O estereótipo é um elemento que pode ajudar uma pessoa a entender um trabalho visual, mas que pode também engessar um pensamento a sempre que ver algo só remeter àquele significado, sendo ruim nesse caso.

.Ponto

O ponto é a unidade de comunicação visual mais simples e mínima, é o elemento que mais temos contato e mais estamos acostumados. Usamos como ponto de referência e percebemos muito rápido esse elemento quando procuramos por algo. Ele está presente em praticamente tudo com que interagimos. Com mais de um ponto podemos medir o espaço e em grande quantidade desenvolvemos qualquer tipo de projeto visual, desenho ou imagem.

¹⁷ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 51

DONDIS (2003, Pg.55) reforça que “A capacidade única que uma série de pontos tem de conduzir o olhar é intensificada pela maior proximidade dos pontos.”¹⁸

.Linha

A medida que aumentamos a quantidade de pontos e aproximamos eles, começamos a identificar uma direção e com o tempo enxergamos uma linha. Que pode ser considerada uma seqüência de pontos unidos e também um ponto em movimento. A linha é decisiva, tem propósito e direção, é rigorosa e técnica. Ela é o meio indispensável para tornar visível o que ainda não pode ser visto, por existir apenas na imaginação.

DONDIS (2003, Pg.56) diz sobre a linha que “Sua natureza linear e fluida reforça a liberdade de experimentação.”¹⁹

.Forma

A partir da linha descrevemos a forma. Podemos criar formatos, mas existem 3 formas básicas: o círculo, o quadrado e o triângulo equilátero. Todos têm suas particularidades e características específicas, porém podem ser vistos representando muitos significados. A partir de combinações e variações desses 3 elementos, derivamos todas as formas físicas da natureza e da imaginação humana.

¹⁸ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 55

¹⁹ Idem. Pg. 56

.Direção

Todos os elementos acabam contribuindo um com outro. Das 2 formas básicas conseguimos tirar 3 direções visuais básicas e significativas: do quadrado, a horizontal e vertical; do triângulo, a diagonal; do círculo, a curva. A partir desses elementos de direção e formas podemos criar mensagens visuais. Principalmente porque já foram estipulados alguns significados para esses elementos, tornando mais fácil a comunicação. Por exemplo, a direção diagonal remete a instabilidade, a direção curva remete a repetição, abrangência.

.Tom

Esse elemento acontece em junção de outros elementos. Primeiro, só conseguimos ver a diferença de tons dependendo da intensidade da luz no local. E depois o tom existe para demonstrar algo, colocar importância entre os itens mostrados.

DONDIS (2003, Pg.61) explica que “As variações de luz ou de tom são os meios pelos quais distinguimos opticamente a complexidade da informação visual do ambiente. Em outras palavras, vemos o que é escuro porque está próximo ou se superpõe ao claro, e vice-versa.”²⁰

Os tons se diferem de acordo com o que vem sendo estudado. Se observarmos a natureza, ela tem muito mais opções de tons do que se observarmos as opções de tons da artes gráficas, da fotografia, do cinema.

”A facilidade com que aceitamos a representação visual monocromática dá a exata medida da importância vital que o tom tem para nós, e, o que é ainda mais interessante, de como somos inconscientemente sensíveis aos valores monótonos e monocromáticos de nosso meio ambiente. A razão desse

²⁰ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 61

surpreendente fato visual é que a sensibilidade tonal é básica para nossa sobrevivência.”²¹ (DONDIS, 2003, Pg.64)

.Cor

A cor pode ser considerada a variação do tom. E temos várias cores já definidas e usadas por todos, sendo sempre a mesma tonalidade. Essa referência que a sociedade tem se aproxima também das cores trabalharem com a emoção. Já é comprovado que as cores estimulam sentidos específicos. Vemos muito isso na publicidade, onde a alegria, a energia usa cores fortes como amarelo, laranja, vermelho. Onde a tristeza e o frio usam o azul. Onde a esperança e a natureza usam o verde e assim vemos todas as cores já demarcadas tem seu conceito e sentimento embutido. (Cultura Popular)

SARAIVA (1995, Pg.20) relembra o significado já feito das cores, onde o “azul = calma, assunto celestial; vermelho = guerra, violência; amarelo = luz do sol, calor, alegria; mas o contexto da situação dramática é o que mais determinará o entendimento dos signos”²²

Já o DONDIS (2003, Pg.64) reforça o caráter do esteriótipo, dizendo “A cor está, de fato, impregnada de informação, e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável para os comunicadores visuais.”²³

Podemos trabalhar com as cores simples e primárias, mas também podemos estar criando e acrescentando as cores secundárias e terciárias que vem das misturas entre as primeiras e podem ser mais interessantes por algumas não terem sensações já formuladas pelas pessoas.

²¹ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 64

²² SARAIVA, Hamilton: Cadernos de Teatro nº143. A Semiologia da Iluminação. Gráfica Editora do Livro. Rio de Janeiro, 1995. Pg.20.

²³ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 64

.Textura

Textura é a característica, a película do objeto, a camada superior da superfície. E também o elemento visual que distingue um objeto do outro. Principalmente pelo tato e às vezes somente pela visão.

DONDIS (2003, Pg. 71) fala que “A textura se relaciona com a composição de uma substância através de variações mínimas na superfície do material.”²⁴

.Escala

Escala seria uma forma de definição dos objetos em estudo, porém nunca sendo um resultado fixo, sempre variável.

DONDIS (2003, Pg. 73) diz “A medida é a parte integrante da escala, mas sua importância não é crucial. Mais importante é a justaposição, o que se encontra ao lado do objeto visual, em que cenário ele se insere.”²⁵

Isso acontece porque ao analisar dois objetos, concluiremos qual o maior e o menor, o mais largo e o mais estreito. Só que se acrescentarmos um outro mudaremos nossa referência. Conclui-se então que a análise sempre será refeita quando incluído outro objeto e o resultado pode ser alterado com um objeto novo ou com a troca do ambiente ou campo de visão.

“Aprender a relacionar o tamanho com o objetivo e o significado é essencial na estruturação da mensagem visual. O controle da escala pode fazer uma sala grande parecer pequena e aconchegante, e uma sala pequena, aberta e arejada. Esse efeito se estende a toda manipulação do espaço, por mais ilusório que possa ser.”²⁶ (DONDIS, 2003, Pg. 75)

²⁴ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 71

²⁵ Idem. Pg. 73

²⁶ Idem. Pg. 75

.Dimensão

A dimensão também trabalha com a definição de objetos e do espaço, é um elemento facilmente reconhecido no mundo real, mas é fictício e ilusório em formatos visuais, pois precisaria da bi-dimensão para acontecer realmente. Em alguns formatos como TV, cinema, fotografia, pintura, a dimensão é sugerida, mas não é real, usa-se a técnica da perspectiva com a ajuda ainda da diferença de tons para facilitar ainda mais o entendimento da dimensão.

.Movimento

É quando um objeto sai de um local para outro em um período de tempo.

O movimento está dentro de toda nossa linguagem, porém na linguagem visual está realmente visível na dança, no teatro, na TV e no cinema, e está sendo sugerido através de técnicas específicas na pintura, fotografia, escultura...

Capítulo 3. Artes Visuais

- Dança

A dança surgiu como forma de divertimento, porém conta histórias, demonstra períodos históricos importantes, sensações e formas de composição corporais somente através da imagem e do entendimento individual da mesma. A expressão artística através da dança está completamente ligada ao visual e principalmente, a dança contemporânea mais que todas as outras trabalha a linguagem. Todas as danças se estruturam de forma que você entenda, porém algumas fazem gestos e ações mais óbvias, de formatos que não precisamos pensar muito e outras trabalham com a elaboração do movimento, uma sistematização da linguagem que requer maior atenção e cuidado para o entendimento, considerando-se mais uma linguagem que provoca aprendizado.

O movimento, que é natural ao corpo, é resultante de articulações entre as partes que o compõem. E com o uso delas sobreviveu, se desenvolveu e fez manutenção de uma cultura humana.

A performance e a dança contemporânea, na maioria das vezes, trabalha com a mensagem como uma das fontes inspiradoras mais fortes. É um trabalho corporal de expressar e comunicar visualmente, e onde as pessoas podem vir a ser mais tocadas emocionalmente do que se fosse uma mensagem escrita. A performance se considera pela atuação em curto espaço de tempo, que pode ter falas ou não e que usa de movimentação corporal específica com o objetivo do local ou evento.

- Fotografia

A fotografia é um trabalho que vem se desenvolvendo muito através dos anos, principalmente porque conta com uma influência tecnológica muito forte, pois se atualiza e melhora com uma velocidade incrível. Esta arte também trabalha somente com a leitura e entendimento visual.

“A câmera fotográfica constitui o último elo de ligação entre a capacidade inata de ver e a capacidade extrínseca de relatar, interpretar e expressar o que vemos, prescindindo de um talento especial ou de um longo aprendizado que nos predisponha a efetuar o processo.”²⁷ (DONDIS, 2003, Pg.12)

É uma forma de congelar um momento, flagrar algo que seja de alguma forma útil de mostrar aos outros. A fotografia é um estudo que passa toda sua mensagem através da imagem, o público só verá o trabalho pelos momentos que foram captados. Na maioria das vezes, o trabalho não é explicado, sendo assim mais importante a forma de olhar do próprio artista para dar maior valor à obra.

Na fotografia o cenário faz parte do trabalho, como contexto e como apresentação da imagem. É uma parte essencial, é a composição da mensagem.

- Artes Plásticas

As artes plásticas também usam de esculturas, pinturas e instalações para contar algo, criticar ou marcar um fato importante. E todas essas ramificações trabalham com a exposição de idéias através de objetos, tintas, papéis, etc. O detalhe de maior diferencial da escultura é que trabalha com 3 dimensões, enquanto as outras artes apenas sugerem essas dimensões

²⁷ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 12

através de muita luz e perspectiva. E com isso, além da escultura poder ser tocada, pode também ser observada através de infinitos ângulos.

Já a pintura talvez tenha sido a primeira experiência do homem na tentativa de criar e desenhar uma imagem e talvez também a primeira arte que se desenvolveu a ponto de trabalhar com críticos, estudiosos dessa linguagem, museus, escolas específicas e critérios de reconhecimento e sucesso. Inclusive como foi falado anteriormente, foi a partir do desenho que surgiu a escrita.

- Arquitetura

A arquitetura compartilha com a escultura o uso da dimensão como fator essencial para o trabalho. É um estudo que pesquisa primeiramente a construção de algo para proteção do homem e se baseia em seus costumes, material, tecnologias disponíveis e design característico ao público que vai atuar no espaço. Todo edifício construído trabalha com os elementos já mencionados nesta pesquisa como tom, forma, textura, escala e dimensão.

DONDIS (2003, Pg.195) defende que “O elemento fundamental do planejamento da expressão arquitetônica é a linha.”²⁸

As construções começaram a existir para um esconderijo, que veio a se tornar a casa, onde o homem pode dormir, se alimentar, guardar seus pertences, ter segurança, comer, trabalhar e manter-se aquecido. Depois com o aprofundamento do estudo e com a evolução natural, a arquitetura passou a trabalhar nos interesses do homem, como religião, lazer, edifícios administrativos, bem estar e educação.

²⁸ DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed.Martins Fontes. São Paulo, 2003. Pg. 195

- Televisão

A primeira coisa que vem em mente quando tratamos de televisão seria o meio de comunicação que atinge uma audiência em massa. Sendo assim, um elemento de grande força dentro da nossa sociedade e com necessidade de atenção ao tipo de mensagem que é passada nela, pois influencia com muita certeza as pessoas que assistem.

- Artes Gráficas (Ilustração, Design Gráfico e Desenho Industrial)

Esse trecho abaixo sobre as Artes Gráficas se baseiam na opinião do autor Donis Dondis, na obra “Sintaxe da Linguagem Visual”.

As Artes Gráficas tiveram sua evolução baseada principalmente no crescimento da comunicação em massa e na Revolução Industrial.

O artista que fazia seus desenhos a mão livre, passou a ser contratado como ilustrador para trabalhos específicos com o crescimento da produção de livros. Sendo ele desqualificado pelos artistas da época por fazer trabalhos encomendados, mas o mesmo pode garantir seu espaço em um ramo que existe até hoje, de desenhos que precisam servir diretamente a algum propósito, ser especialmente focados no que está sendo falado.

Com o aparecimento do jornal o ilustrador passou por uma fase difícil, pois a fotografia ganhou um espaço maior, mas principalmente as revistas e livros continuaram com sua demanda.

Na época da Revolução Industrial esse profissional se dividiu, pois foi visto a necessidade de pessoas que desenhasssem objetos para a criação em massa, projetados para fácil construção, esteticamente aceitáveis pela sociedade e condizentes as inúmeras personalidades e estilos de cada época.

- Cinema

O cinema tem seu início pela fotografia e pela vontade de registrar o movimento. Trabalham com o real, em denunciar a realidade da melhor forma possível, sempre contando histórias e com a propriedade de encerrar o tempo da forma que quiserem os diretores.

Os cenários de filmes são trabalhados com detalhes minuciosos para serem os mais reais possíveis, para que possam demonstrar aquela realidade de forma autêntica. É o cenário que vai demonstrar onde está a situação, quais são as personalidades dos personagens, o modo como vivem,...

- Corpo e Moda

O corpo não deixa de passar uma mensagem visual, com seu jeito, formato, estilo da moda, tatuagens, brincos,... Em todas as épocas podemos identificar formas e formatos de usar o corpo como linguagem. Lembrando sempre que cada tribo social identifica um jeito diferente de demonstrar.

Sabemos desde os piratas e vikings que as tatuagens já eram usadas como os brincos também. Perucas foram muito usadas, principalmente pelos homens das cortes de reis.

A tintura do cabelo é uma forma de diferenciação, que vemos muito no Japão, onde existe uma característica forte de expressão da raça.

Junto com o estudo do corpo vemos a moda também como linguagem visual. Como identificação de um estilo pessoal e conjunto de um período de tempo, com alterações de pequenos ou grandes detalhes no vestuário para chocar, inventar novos conceitos, dizer algo aos outros, sair do convencional.

CASTILHO (2004, Pg.17) diz que “A Moda, sem dúvida, é uma dessas instituições. Entidade abstrata, “modaliza” maneiras de o sujeito materializar-se como presença; propõe continuidades e rupturas; inaugura, recupera e antecipa tendências e perspectivas.”²⁹

“Na abrangência dos sentidos da moda como modos de estar e modos de ser fundantes dos regimes de socialidade das sociedades ocidentais, o delinear do corpo pela vestimenta, tanto como o construir da roupa pelo corpo, é uma criação de linguagens que articula dois sistemas autônomos: o do corpo e o da roupa. A roupa desenha um corpo assim como todo corpo é desenhado pela roupa. Essas duas construções, enlaçando dois sistemas de expressão, são regidas pela moda ou pelas modas, uma vez que é numa complexa pluralidade que esta existe na atualidade.”³⁰ (CASTILHO, 2004, Pg.9)

Vemos no corpo e nas roupas de cada época os valores, os conceitos, a moral de cada sociedade. Apesar desses estilos não serem criados somente pela sociedade, mas por algumas pessoas que ditam o estilo do futuro, um operador de novidades que cria e imagina uma nova civilização, um novo modelo de pensamento e tenta com sua estética acrescentar conceitos, “ditar moda”.

A evolução da moda tem sua sazonalidade, tem um espaço de tempo entre cada estação. E este espaço tem ficado cada dia mais curto, pois a moda está totalmente envolvida com o mercado, e o giro de dinheiro e compras e acaba dependendo das vontades da indústria, da mídia e dos interesses de massificação.

A moda está não só nas roupas, mas na silhueta também. Esta forma de linguagem é muito importante para as pessoas, pois libera seus valores, seus conceitos, mesmo que estejam em uma civilização muito autoritária. É uma forma de comunicação, de identificação, de estilo, formas de pensar, mais do que isso, é como nos posicionamos perante os outros e o mundo.

²⁹ CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. Ed. Anhembi Morumbi. São Paulo, 2004. Pg.17

³⁰ Idem. Pg.9

Hoje também temos mais maleabilidade com a moda em função da quantidade de tipos de tecidos. Podemos estar trocando e inovando um aspecto várias vezes em um curtíssimo espaço de tempo, além de termos hoje o custo das vestimentas bem mais acessíveis. Com isso, podemos aceitar ter pessoas trocando de formas de pensar, de posicionamento perante a vida várias vezes também, o que não deixa de ser interessante para poder oferecer a evolução, a abertura para pensar em formas diferentes. E entra em um aspecto importante, mas nem sempre interessante. A velocidade de mudança da moda influencia e ajuda o consumo midiático.

“O colorido da indumentária feminina e o tom sombrio da indumentária masculina constituem verdadeiros percursos de significação: constroem a personagem, situam-na num dado ambiente, trazem noções de bom senso e de bom gosto com ares de um tempo e espaço precisos e, por fim, mas não menos importante, descortinam novidades e embasacam os olhos de quem vê determinados imbricamentos, certas rupturas promovidas no sistema e no processo da inter-relação entre moda e corpo.”³¹ (CASTILHO, 2004, Pg. 24)

O sujeito desse mundo de hoje busca intensamente por ele mesmo, achar sua própria identidade. E para isso hoje, não usa só as roupas para transparecer isso, ele também aproveita de artifícios como cirurgias corporais e objetos que são aplicados no seu corpo como piercings, brincos,...

CASTILHO (2004, Pg.19) lembra que “Existem alguns formantes plásticos que constituem a linguagem da Moda: a composição cromática do traje, dos adornos e dos acessórios, sua composição eidética e ainda sua própria composição matérica.”³²

Algumas sociedades não usam necessariamente “roupa”, porém existem suas formas de caracterização, de pintura, uma arte de se adornar. Então, independente da cultura, os seres humanos buscam técnicas de construção,

³¹ CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. Ed. Anhembi Morumbi. São Paulo, 2004. Pg.24

³² Idem. Pg.19

formas de comunicação e interação, elaboração de caráter discursivo. Sendo assim, o termo moda, que é considerado “um conjunto de trajes e acessórios ornamentais” passa a ser mais amplo, assume o estatuto de linguagem.

Conclui-se que o corpo e o traje formam um discurso. E são também usados pela sociedade como forma de diferenciação, de individualização, de divisão de posições sociais. Isso ocorre porque o corpo materializa idéias e sentimentos, crenças e saberes.

Todas as artes trabalham com linguagem visual e precisam ser apresentadas, precisam que o outro participe, pois se não perde o significado. São formas de comunicação e parte também de um movimento cultural, onde são trabalhadas formas de interação e crescimento intelectual.

Capítulo 4. Cenário

- O que é?

Cenário é o que compõe a imagem, sendo ele um fator importante, mas nem sempre o principal. Ele é usado para ambientar a cena e ajudar na identificação do propósito.

“Estamos em uma sociedade da *performance*, na qual nada pode ser imaginado, pensado ou realizado sem que seja em forma de espetáculo. Portanto, a cenografia é uma mídia nova e indispensável. Atende à dramaturgia de muitos espaços, e para o cenógrafo todo e qualquer espaço é palco.”³³ (DEL NERO)

Serão as imagens ou objetos que envolvem a ação e motivo da paisagem, agregam valores ao foco do trabalho. Trabalha com objetos de cena, figurino e iluminação.

O cenário é muito presente em todas as artes no geral, sendo na maioria das vezes um fator imprescindível.

“São novas vertentes da cenografia, embora esta arte seja muito antiga, possivelmente arte do teatro grego do 6º século aC. Aristóteles conta que quem primeiro a sugeriu foi Sófocles, querendo um apoio dramático na troca e ênfase de espaço e tempo. Mas os xamãs já a usavam há muito tempo, assim como os atuais pais-de-santo ainda o fazem: a decoração do terreiro ou da sala, os efeitos de luz através do telhado ou velas, a fumaça dos charutos em lugar das atuais maquininhas teatrais de *fog*, a sonoplastia com tambores e gritos, a indumentária teatral, as máscaras que causam o terror. A única diferença é que os meios teatrais procuram causar a catarse, e os exercícios teatrais dos pajés querem a terapia. A cenografia tem servido a ambos.”³⁴ (DEL NERO)

DEL NERO acredita que “Hoje a cenografia é chamada para exaltar conceitos”³⁵

³³ www.revistadoseventos.com.br – entrevista com Cyro Del Nero

³⁴ Idem.

³⁵ Idem.

- Iluminação

A iluminação é fator presente no cenário e importantíssimo na sua constituição. Ela que dá o foco dos objetos mais relevantes, compõe o clima e dá uma ambientação ao espaço. Podemos trabalhar com cores, formatos diferentes e intensidade.

“...assinálamos em qual momento e em qual efeito ela intervém no desenrolar do espetáculo. Avaliamos quais fenômenos passageiros ou duradouros ela permitiu perceber: efeitos pontuais ou mudanças duradouras da atmosfera, revelação de um sentimento ou ocultação de uma ação. Perguntamos o que ela ilumina, mas também o que ela esconde.”³⁶ (PAVIS, 2003, Pg.180)

Usando as funções da luz, seus usos, suas cores e sensações, podemos já conceber um alfabeto. Podemos utilizar esse meio para transmitir signos e significados, servindo de comunicação entre indivíduos e o contexto onde está inserido.

“A luz faz parte de diversos setores da vida moderna. Insere-se como elemento de linguagem no cotidiano da sociedade. Está presente como elemento de linguagem no cotidiano de comunicação. É passível de interpretação. É simbólica. É material. É visual. É profissional. É conceitual: luz cênica, luz ambiente, luz confortável, luz funcional, luz fria, luz quente, luz histórica, luz tradicional, especial, econômica.”³⁷ (Revista Luz & Cena, 2005, Pg.40)



Ilustração 1 - fotos 1, 2 e 3

³⁶ PAVIS, Patrice. Análise dos espetáculos. Ed. Perspectiva. São Paulo, 2003. Pg. 180.

³⁷ Revista Luz & Cena. A iluminação como linguagem. Maio, 2005. Pg. 40.

- Figurino

O figurino é tão essencial quanto a iluminação, a maquiagem e os objetos de cena no cenário. Ele também trabalha em função de um tema para constituir uma mensagem e ambientar a cena.

Sempre moldado de acordo com a estrutura física dos personagens, é feito na sua maior parte com tecidos, malhas, algodão e seus detalhes são feitos com outros materiais, como: metais, lantejoulas, botões, elásticos, ...

“O Figurino tem que revelar muito dos personagens, para elaborá-lo, o figurinista deve levar em conta uma série de fatores como a época em que se passa a trama, o local onde são gravadas as cenas, o perfil psicológico dos personagens, o tipo físico do ator e as orientações de luz e cor feitas pelo diretor de arte.”³⁸
(www.comomandaofigurino.com.br)



Ilustração 2 - fotos 4, 5, 6 e 7

³⁸ www.comomandaofigurino.com.br/entenda a profissão

Presença do cenário na:

.Dança Contemporânea

A dança pode ser trabalhada com ou sem cenário. Porém a falta de cenário em forma de objeto em cena também é considerada uma linguagem, pois também teve um motivo para essa ausência. O cenário vem para compor o ambiente, contextualizar o momento e explicar certas situações e fatores.

Diferente das novelas e do cinema, o cenário da dança não precisa ser totalmente realístico. Ele pode somente usar elementos característicos que leve o público a imaginar mais fácil o ambiente que está sendo sugerido ou usar elementos marcantes como metáfora que interajam com mais facilidade para a composição da mensagem da ação.

É um cenário trabalhado para provocar uma recepção sensorial, principalmente por não trabalharem com a fala, na maioria das vezes. É construído com uma liberdade de formatos e contextos, pois a dança contemporânea não busca uma linearidade, e não rejeita rotulações. Aliás ela se apropriou de muitos elementos da arte conceitual e também trabalha com a reflexão em cima de conceitos já concebidos e pré-concebidos.



Ilustração 3 - foto 8



Ilustração 4 - fotos 9, 10, 11, 12, 13, 14 e 15

.As Vitrines Conceituais

Na vitrine o cenário ainda não é tão presente em todas as lojas. Mas hoje já são trabalhados em muitas e essas com certeza são diferenciais em relação às outras empresas. O cenário pode compor na vitrine uma contextualização, pode agregar valor à marca com objetos que relembrem outras imagens e sensações e também pode estar conectando uma identificação de valores com o cliente. É uma forma hoje de estar tirando o distanciamento que a simples vitrine com manequins inanimados fez e estar acrescentando valor à marca de uma forma estratégica.

“O discurso da vitrina é, por natureza, persuasivo - é uma mídia de informação, reforçada pelo marketing pois, apresenta um produto para a venda. Dialoga o visual e o sensível e, articula relações entre uma empresa, um vitrinista e um consumidor. A vitrina além de informar as tendências da moda, mostra um estilo de vida para cada tribo e **cria um clima**.”³⁹ (www.vitrina.com.br)

A vitrine trabalha com o gosto, e brinca com o senso estético. Ela remete sensações, que podem vir a ser de fascínio ou de repulsa. Estando sempre em uma linha muito tênue onde a pessoa pode se identificar com aqueles objetos ou não. É um trabalho também de transferência do uso comum de objetos para serem expostos dentro de uma linguagem visual, de um espaço estético.

“Ver a caixa-vitrine é o ver mundos - espetáculos no qual, o observador é levado a se espelhar. Estabelece-se neste espelhamento uma relação entre curiosidade, surpresa e sedução. A encenação atrás do vidro por mais que seja montada para atrair não pode ser tocada, a não ser pelo olhar - olhar que deseja o produto e, assim, o observador passa a considerar a mercadoria exposta, como uma necessidade.”⁴⁰ (www.vitrina.com.br)

A montagem da vitrine é feita pela combinação de cores, luzes ou materiais a partir dos produtos e outros objetos que possam criar um cenário. Este modo de combinar é primeiramente uma característica do próprio

³⁹ www.vitrina.com.br

⁴⁰ Idem.

vitrinista, reunindo o sensível e o lado estético, com o objetivo de apresentar um mundo novo naquele espaço de interação.



Ilustração 5 - fotos 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22 e 23

.Os Desfiles Performáticos

O cenário no desfile enobrece, cria um clima e uma expectativa no público. Pode trazer uma mensagem individual ou pode interagir completando a linha de raciocínio das obras que estão sendo expostas.

Pode ser inanimado, ou ter performances em cena. Podemos considerar que a música faz parte do cenário, pois ela é depois do figurino, o meio mais forte de ambientação e descontração do espaço. Sendo assim, o cenário um diferencial muito grande no aspecto de transmitir um conceito e uma elaboração estética do que pretende ser passado.



Ilustração 6 - fotos 24 e 25

Criação de Cenário

Depois da produção da pesquisa sobre o tema chegamos a conclusão que seria interessante criar um cenário. O processo de criação de um cenário pelo próprio pesquisador seria a materialização da idéia, uma obra que respondesse ao foco central do tema do trabalho.

E com isso ilustraremos aqui como foi feito isso!

Primeiro indagamos: Como se constitui a criação de um cenário? Começa-se pelo processo de pensar o que queremos dizer, para quem vamos dizer e aonde estará exposto o trabalho.

O que queremos dizer?

Queremos discutir no cenário criado sobre os vários ângulos de visão que são oferecidos para as pessoas enxergarem o mundo, sobre a influência que recebemos, seja ela da mídia, da política, da censura, da educação, para direcionar nosso olhar e ponto de vista sobre certas coisas.

.Instalação

Foi proposto a criação de uma instalação.

Na instalação o cenário é toda a composição. A instalação é um cenário formulado estrategicamente em cima de um tema para comentar algo. É uma linguagem artística, porém hoje vemos muito em prédios empresariais, lojas, escritórios, residências como forma de decoração e demonstração de personalidade.

Título: COMOVER

Objeto: Uma roda gigante com óculos de lentes coloridas colocados no local dos banquinhos da roda comum na frente de um cenário de óculos gigantes.

Performance: Um ator interagindo com a roda gigante e com as pessoas que passam por ela, oferecendo um óculos para colocarem e responderem como elas vêem aquela obra de arte. Dependendo da resposta, sendo ela vazia de sentido, o ator pede que a pessoa troque de óculos para um outro modelo com outra cor de lente, para assim tentar dizer como vê aquilo.

Conclusão

A expressão do homem é como sempre muito importante, tanto pela sua necessidade fisiológica com ele mesmo e pelo crescimento e evolução da sociedade nos formatos de interação, comunicação e meios de troca intelectual.

Nesses formatos de interação são conhecidas principalmente as linguagens: verbal e visual. Sendo as duas importantes igualmente, mas olhamos para a visual como uma área que ainda tem muito para evoluir.

A arte hoje é o formato que mais se aproveita dessa linguagem visual dentro do seu estudo para se expressar através da junção do gosto e das sensações. É um contato muito mais sensível, direto e inconsciente, onde a imagem chega ao público sem que ele possa se opor de forma agressiva contra isso.

Concluimos que a publicidade pode estar mais próxima à arte, pois as duas trabalham com o uso da imagem como forma de transmissão de mensagem. Sendo ainda importante para nossa área se aprofundar mais nos estudos de cenário e em novas abordagens de expressão visual.

O meio acadêmico precisa ser repensado no que diz respeito ao estudo dos símbolos, de significado e significante. Porém não mais na teoria e sim na prática, que é onde surge a dificuldade de entendimento pelos alunos em função da falta de costume e contato com essa forma de linguagem.

Constatamos também que nem sempre o cenário e até as campanhas publicitárias são usadas como meio inteligente de comunicação entre as partes. Existem simbologias que são esteriótipos em nossa sociedade e as campanhas publicitárias acabam se aproveitando dessa facilidade de uso para

fácil compreensão. E os cenários que ao invés de cair no fácil entendimento, podem entrar no jogo do esteticamente lindo e aceitável, mas sem nenhum porque da criação, do objetivo e de intenção de mensagem, sem nenhuma forma de interação com o público, sem nada a dizer.

Deve-se comentar que este não é um trabalho acabado, ele apenas dá abertura e incentivo para futuros estudos que devem ser tomados em conta na área da publicidade e principalmente da comunicação.

Referências Bibliográficas

- MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. Ed. Martins Fontes. São Paulo, 1997.
- DONDIS, Donis A. . Sintaxe da Linguagem Visual. Ed. Martins Fontes. São Paulo, 2003.
- CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. Ed. Anhembi Morumbi. São Paulo, 2004.
- AUMONT, Jacques. A imagem. Ed. Papirus. São Paulo, 1993.
- WOODFORD, Susan. A arte de ver a arte. São Paulo, 1983.
- DI MASI, Domenico. O ócio criativo. Ed. Sextante. Rio de Janeiro, 2000.
- DIMITRIUS, Jô-Ellan e MAZZARELLA, Mark. Decifrar pessoas. Ed. Alegro. São Paulo, 2001.
- SARAIVA, Hamilton: Cadernos de Teatro nº143. A Semiologia da Iluminação. Gráfica Editora do Livro. Rio de Janeiro, 1995.
- PAVIS, Patrice. Análise dos espetáculos. Ed. Perspectiva. São Paulo, 2003.
- MAIER, Huguette e DEMETRESCO, Sylvia. Vitrinas_Merchandising Visual. São Paulo: Ed. Senac, 2004.
- www.vitrina.com.br
- www.ciadeborahcolker.com.br
- www.grupocorpo.com.br
- Revistas Luz & Cena – Edições de Janeiro a Junho de 2005.
- www.luzecena.com.br
- Revistas Fashion Theory – A Revista da Moda, Corpo e Cultura – edição brasileira. Ed. Anhembi Morumbi. Março, 2002. Setembro, 2002. Junho, 2003.
- www.revistadoseventos.com.br entrevista com Cyro Del Nero
- www.comomandaofigurino.com.br/entenda a profissão
- www.2.uol.com.br/modaalmanaque/desfiles
- CRUZ, Carla & RIBEIRO, Uirá. Metodologia Científica. Teoria e Prática. Ed. Axcel Books. 2004.